

A jelenlét mint elvárás és kihívás a közösségi médiában, a kiterjesztett valóságban, illetve az okos eszközök áthatotta mindennapokban

Otilia Armean

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Otilia Armean (2017). A jelenlét mint elvárás és kihívás a közösségi médiában, a kiterjesztett valóságban, illetve az okos eszközök áthatotta mindennapokban. *Korunk*, 28(8), 10-15. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-54989-2>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Basic Digital Peer Publishing-Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den DiPP-Lizenzen finden Sie hier:

<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

Terms of use:

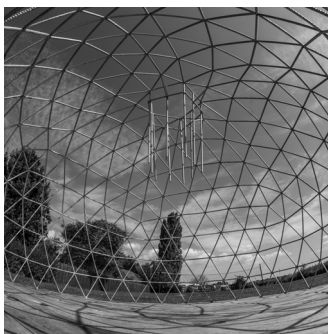
This document is made available under a Basic Digital Peer Publishing Licence. For more information see:

<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

ÁRMEÁN OTÍLIA

A JELENLÉT MINT ELVÁRÁS ÉS KIHÍVÁS

**a közösségi médiában, a kiterjesztett valóságban,
illetve az okos eszközök áthatotta mindennapokban**



Mások értelmezésének
(igenlésének,
lájkolásának)
függvénye, hogy
mennyire erős a jel,
amit előállítottunk, mi
magunk pedig
a jeltermelés közösségi
szenvledélyében függővé
válunk ezektől
a visszajelzésektől,
értékelésektől.

■ 1. Szülői értekezlet, a tanár aggódik, mert a gyerekek figyelmét a tanításról, a tanárról és a tanulásról elvonja az okostelefon képernyője. Javaslatra az, hogy órák elején gyűjtsék össze a telefonokat, órák végén kapják a tanulók vissza. Egyszer büntetésből elvette egy gyerek telefonját egy napra, a szülő hívta délután, hogy nagyon vigyázzon rá, rengeteg pénzbe került.

2. Családi összejövetelek napirendi pontja, hogy az aktívabb médiahasználók elmondják, mit olvastak, osztottak meg mások a közösségi médiában. A finom ebéd fogásai közötti szünetben van olyan pillanat, amikor mindenki képernyőre bámul.

3. Tavaszi este, vacsora egy teraszos vendéglőben. Az asztaltársaságnak hol egyik, hol másik tagja áll fel, mert hívják telefonon. A kivilágított terasz alatt sötét rakodótér, a pincérek ide vonulnak el, cigaretták és képernyők fénye világlik.

4. Konferencia vagy színházi előadás szünetében nem egymás jelenlétét keresik a résztvevők, hanem ugyanúgy, ahogy a mosdóba elmennek, leellenőrzik telefonjaikat (ehhez sokszor egy eldugottabb helyet keresve, ahol magukban lehetnek).

5. Egy indulatos bejegyzésre megfelelően indulatos válaszok sokasága érkezik, tekintet nélkül arra, hogy az eredeti bejegyzés szerzője éppen elérhető vagy nem, és tudja-e tisztázni az álláspontját.¹ Az online felületekre írt bejegyzé-

sek sokszor indulatból születnek, indulatokat váltanak ki, annak esélye nélkül, hogy megoldódjanak, törődjenek.

A felsorolt esetek jól jelzik azokat az átalakulásokat, melyeket az okos eszközök használata, technológiai környezetünk megváltozása eredményez. Az aggodalmak leginkább azok részéről érkeznek, akik kimaradnak a digitalizációból (mert ezt választják, vagy mert nincsen más választásuk). Az aggodalmak azért jogosak, mert az új médiás eszközök úgy építenek virtuális világot, hogy közben minden korábbi médiumnál jobban beleavatkoznak abba, ahogyan fizikai környezetünket megéljük, használjuk. Hosszú távon tehát ellehetetleníthetik mindazoknak az életterét, akik nem „költöznek át” a virtuálisba. A környezetvédelmi problémák, a fenntarthatóság kérdései, a hulladékfeldolgozás soha nem lesz égető kérdés egy olyan generációnak, amely nem használja fizikai környezetét. Avagy használat-e az, ha éppen csak jelen van benne: eldugott helyet keres, félrevonul, képernyőjét bekapcsolva kizárja a külső világ impulzusait. Ahol megaktív, tevékeny, ahol kapcsolatokat épít és bont fel, ahol intenzíven létezik, az a közösségi média virtuális világa vagy valamilyen digitális applikáció kiterjesztett valósága. Itt sokszor maga az eltöltött idő, a jelenlét önmagában az érték, miközben a technológiai hiányzásnak olyan következményei vannak, melyek a fizikai világban is érzékelhetőek (lehetőségek korlátozottsága, források szűkössége, szociális kapcsolatháló gyengülése).

Hogyan is állunk akkor a jelenléttel? Mi ez a nyomás, hogy jelen kell lenni az új média új felületein különböző szerepekben, tükrözve, egyszerűsítve, építve, kreatívan kitalálva és tálalva identitásunkat, mert különben nem is létezőnk?

John Purkiss és David Royston-Lee *Énmárka. Tedd magad eladhatóvá – az interneten is!* című könyvükben az önmarketing lehetőségeit és annak módokat tárgyalják, miként gondolhatjuk azt a képet, ami rólunk az interneten megjelenik. Az erős, meghatározó identitásnak az erős jelenlét a feltétele, az erős jelenlét gyakorlásához meg olyan technikákat ajánl még ez a virtuális, online énmárkát megcélzó könyv is, mint a jelen pillanat megtapasztalása meditáció által vagy az elfogadás gyakorlása (azaz úgy venni mindent, ahogyan van).² A felajánlott meditációban a légzésre figyelünk, a ruha érintésére a bőrünkön, szagokra és illatokra, amik körülvesznek, közeli és távoli zajokra, a fizikai világra, melyben testileg jelen vagyunk. Érzékszerveink működésének tudatosítása által felerősödik jelenlétünk ebben a világban: létezőnk.

Márpedig mindig vagyunk valahol testileg: „Minden tapasztalat lokális. Mindent, amit látunk, hallunk, tapintunk, szagolunk és ízlelünk, a testünkön keresztül tapasztaljuk. Hacsak nem hiszünk a testen kívüli tapasztalásban, el kell fogadnunk, hogy önmagunk és a testünk elválaszthatatlan egymástól. Mindig egy helyen vagyunk, és a hely mindig velünk van.”³ Meyrowitz az aktuális fizikai hely és a globális, máshol levő hely megtapasztalásának kettősségére a globalitás kifejezést javasolja. Új tapasztalatainkban ugyanis egyszerre vagyunk lokálisan valahol és mediális eszközeink segítségével valahol egészen máshol. A máshollét a jelenléttel versengő tapasztalás, azaz miközben fizikailag egy kis falu, mondjuk, kisebbségi lakosa vagyok, a technológiának köszönhetően érezhetem magam egy nagy közösség megbecsült véleményformáló tagjának. A „máshollétből közvetített nézőpont”⁴ eredményezi, hogy vitáink, véleményeink különbözősége egyre kevésbé marad lokálisan megélt úgy, sokkal inkább úgy tekintünk ezekre mint általános kategóriák, szerepek, társadalmi ügyek manifesztációira. Olyan tartalmak nyomják rá bélyegüket kommunikációs helyzeteinkre, me-

lyek azokban nincsenek aktuálisan benne, és olyan kívülről tekintünk ezekre („magasból való rátekintéssel”⁵), hogy már nem is azt látjuk, ami van (lokálisan), hanem azt, ami értelmezhető (globálisan).

A közösségi média sem azt mutatja, ami van, hanem azt, ami megmutatható (és úgy, ahogyan azt meg akarjuk mutatni). Felvett identitásunk, költött történetünk csupán érintkezik azzal, akik valójában vagyunk. Közvetítettségre vagyunk utalva, hogy létrejöhessen a másokkal való hitelesítő összekapcsoltság, mely jelenlétet ad ennek az identitásnak. Mások értelmezésének (igenlésének, lájkolásának) függvénye, hogy mennyire erős a jel, amit előállítottunk, mi magunk pedig a jeltermelés közösségi szenvedélyében függővé válunk ezektől a visszajelzésektől, értékelésektől. Reiner és Wellman a hálózati individualizmus korának három jellegzetességét emeli ki: 1. csoportok helyett hálózatok (érdekközösségek) működnek, 2. megjelenik a személyes internet (adataink, profilunk áruvá válik), 3. elterjed a mobil eszközök használata (technológiahordozókká válunk, a munkavégzésnek nincsen külön helye és ideje, a privát idő nem különül el a munkavégzés idejétől).⁶ Függővé válunk tulajdonképpen attól is, hogy megszakítsuk munkánkat, abbahagyjuk, amit éppen végzünk, és figyelmünket valami másra, máshol levőre fordítsuk. Ha ugyanazon a felületen, ugyanazon eszköz segítségével tájékozódunk, számolunk, könyvelünk, csevegünk és fotózunk, akkor végül mindig mindent éppen elkezdünk és abbahagyunk. Mégis tűnhet úgy, hogy nagyon ott vagyunk, érezhetjük úgy, hogy nagyon aktívan benne vagyunk valamiben, hiszen rögtön megtudunk mindent, ami éppen történik. Beleszólunk, irányítunk, megmondjuk, hogy mit jelent, véleményt mondunk, értelmezünk. Az online jelenlét, a technológiai jelenlét egy erőteljesen mentális jelenlét összehasonlítva az offline jelenléttel. Itt, a digitális felületeken, a felhasználó megszabadulhat identitásának korlátozó összetevőitől, és szabadon „létre-írhatja” önmagát.⁷

Egy újabb jelölő létrehozása tulajdonképpen annak a kultúrának az építése, amit Gumbrecht jelentéstermelésnek nevez.⁸ A jelentés hajszolása abból a vágyból fakad, hogy megtaláljunk valamit, ami el van rejtve, ami valahol mélyen van, nem látható, csupán utalás történik rá. A jel csupán annak a jelentésnek a fényében nyer létjogosultságot, amihez általa el lehet jutni. „Ezek a fogalmak [azaz a jel, a jelentésstruktúra fogalmai – Á. O.] metafizikusak maradnak, amennyiben továbbra is feltételezik, hogy a kommunikáció döntően a jelentésről szól, valami spirituálisról, amelyet a matéria hordoz, és amelyet »a pusztán anyagi« felszín »alatt« kell azonosítani.”⁹

Hogyan tudnánk akkor mégis arra irányítani figyelmünket, ami van? Hogyan tudnánk egy olyan jelenlétet előállítani, melyben nem kell a felszín alá menni, és nem kell minden jelentés mögött újabb jelentésrétegeket sejteni? A válasz magára a felszínre való fókuszálás, azaz a kommunikáció anyagságai képeznek meg egy olyan vizsgálódási mezőt, ahol a kultúra tárgyainak és a hozzájuk való viszonyunknak másféle rétege válik elgondolhatóvá, mely nem a jelentése. A tudományos tabuk felől a humán tudományoknak ez az újragondolása kicsit olyan, mint amikor a szakember „összemocskolja a kezét”,¹⁰ annak szempontjából viszont, aki ráunt az elméletre,¹¹ ez az „elmozdulás mégis erőt adhat a kultúra legkülönbözőbb termékeivel való foglalatosságnak, és talán a mai kultúra olyan jelenségeivel is kapcsolatba léphet, amelyek a humán tudomány számára most elérhetetlenek”.¹² A jelentéshatások utalásszerkezete mellé a jelenléthatások érintkezésre épülő működését állítja Gumbrecht, és könyvében olyan kísér-

leti fogalmak bevezetésére tesz javaslatot, melyek megkönnyítik a jelenlétkultúra beazonosítását, jellemzését és bizonyos kulturális jelenségek elhelyezését a jelenlétkultúra és a jelentéskultúra között megképezhető skálán.

Jelenléthatások, jelenlétkultúra, a jelentés előállítása – ezekben a szókapcsolatokban a jelenlét szó „nem a világ tárgyaihoz fűződő időbeli, hanem térbeli viszonyra utal. Ami »jelenlévő«, annak megfoghatónak kell lennie, és ez azt is jelenti, másfelől, hogy közvetlen behatással lehet az emberi testre”.¹³ Fontos a térbeliség hangsúlyozása, a jelenlét kiemelése az egy időben zajló történések kategóriájából. A jelentés kereséssel szembehelyezkedő jelenlétkeresés térben zajlik, az egymással egy térben helyet kapó történések között.

Tér, amit érzékszerveinkkel behatárolunk, érzünk, szagolunk, tapintunk, halunk, ízlelünk, látunk. Különböző valóságártegek vesznek körül, árnyaltságok, egymást nem kizárva, egymással mégis versengő viszonyban, nem tolakodóan, mégis annak lehetőségével, hogy „a mindennapi világokba be nem illeszthető intenzív pillanatokat”¹⁴ nyújtsanak. Olyan élményt, ami nem biztos, hogy megismételhető, és ami nem azért intenzív, mert jelent valamit, inkább azért, mert azzal szembesít, ami van, anélkül, hogy az, ami van, jelentene valamit (jót vagy rosszat). Egyszerűen csak létezik, adott, érzékeink számára hozzáférhető.

Ugyanakkor fizikai valóságunk azért nem tud elég vonzó lenni, mert túlságosan sok az automatikus működés, és sokszor szándékosan kapcsoljuk ki a tér érzékelését lehetővé tevő érzékszerveinket. A célorientált, másholletben kiteljesedő, multitasking-feladatmegoldás az egyszerűsítésben érdekelt, és nem tud a jelentés keresés mellett olyasmivel is foglalkozni, aminek talán semmi hozadéka. Az idő teljes kihasználásának kultúrájában csupán a hasznos tevékenységek számítanak, az online felületek pedig éppen úgy vannak kialakítva, hogy folyton emlékeztetnek is arra bennünket, mennyire hasznosak számunkra, mennyit nyerhetünk általuk. Az online kultúrában nincsen véletlen, a felhasználók (preferenciái) követve vannak, és algoritmusok szolgálják őket abban, hogy megtalálják, amit keresnek.

Amy Cuddy jelenlétről és testbeszédről írt könyvében a jelenlét olyan meghatározását adja, ami bár az önmegvalósító, testi összetevőkre építő jelenlétre vonatkozna elsősorban, mégis probléma nélkül érthető az online jelenlétre is: „A jelenlét [...] azt az állapotot *jelenti*, amikor szoros kapcsolatban állunk a gondolatainkkal, az értékeinkkel, a képességeinkkel, az érzéseinkkel, és képesek vagyunk mindezeket megfelelően kifejezésre juttatni.”¹⁵ (Kiemelés tőlem – Á. O.) A test, amennyiben bizonyos gesztusok, tartások jelentenek valamit, a jelentéskultúra megerősítője. Cuddy jól bizonyítja, hogy a jelentéskultúrában maga a test is értelemhordozó, melyet olvasunk és írunk. Olyannyira igaz ez, hogy maga a szerző javasolja: ha nem áll módunkban fizikailag elvégezni a magabiztosságot és ezzel a jelenlétet meghozó testtartások, pózok valamelyikét, akkor végezzük el gondolatban.¹⁶ A mentális testtel mentálisan végzett gyakorlatok beindítják majd azokat a mentális jelentéseket, melyek szükségesek a mentális térben való mentális jelenléthez.

Nem ambivalens fizikai terünkben, hanem az online felületek és a virtuális valóság mentális terében rendelkezünk leginkább azzal a jelenléttel, amiben az az önmagunk vagyunk, amilyenként szeretnénk magunkat látni. Legbensőbb, rejtett én... újabb és újabb jelentések. De van-e lehetőségünk virtuális jelenlétünk jelentéstermeléstől való eltávolítására, és milyen feltételek mellett részeseülhetünk az önazonosság, jelenidejűség, összekapcsoltság élményében az

online felületeken is? Létezik-e olyan szemlélete a virtuálisnak, melyben a közvetített jelenlét létezésünk olyan aspektusait mutatja, melyek más közvetítésben nem hozzáférhetőek, tulajdonképpen ott jönnek létre?

A virtuális valóság szimulációs játékaik azért vonzóak, izgalmasak, mert kíváncsiak vagyunk, a valóság miféle szegletébe kalauzsolnak el. Valószínűleg egyre teljesebbek lesznek azok az effektusok, amelyek különböző érzékszervi hatásokat céloznak meg, ezzel az ilyen jövőbeli terek megtapasztalásának élményét multimedialissá, többretegűvé, ambivalenssé teszik.

Mondhatnám zárásként, hogy a valóság jobb minden szimulációnál: összetett, többszereplős, folyamatos kihívás. Virtuális és fizikai valóságunk, jelentéstermelő és jelenlétkereső beállítottságaink sokkal jobban össze vannak bogozódva, mint hogy ítéletekkel, aggodalmakkal, kész receptekkel és tanácsokkal szét tudnánk szálazni.

1. Hallani olyan emberekről, akik egészen elmerülnek abban a tevékenységben, amit éppen végeznek. De előfordulhat ez bárkivel: „Egyszer, én ostoba, megkérdeztem tőle, hol jár ilyenkor a lelke. Rám nézett hosszan, gyengéden, ahogy kell. A vödörben, doktor úr, a vödörben. [...] Azóta nem unatkozom. De még mindig nem tudok úgy, annyira jelen lenni minden dolgomban, ahogyan ő teszi.”¹⁷

2. Családapa meséli, fontos, hogy egy térben legyen a család, mert így miközben mindenki a saját dolgaival foglalatoskodik laptopon, tableten, okostelefonon billentyűzve, időnként megrugdossák, megérintik egymást, ugyanazt nassolják, és egyszerre tartanak szünetet.

3. Hosszan nyújtózik egész nap, mindenféle meditációs gyakorlatokat végezve. Ő a macska, és az ő esetében ez rendben van. De vajon azt, hogy valaki nem csinál semmit, könnyebb-e elfogadni, mint azt, hogy olyat csinál, amit szerintünk nem kellene (képernyőt bámul)? A nyújtózás, a kivonulás, a semmittevés – rendben van?¹⁸

4. Megnézek egy színdarabot, mindenféle megoldások vannak benne, több érzékszerv is be van kapcsolva, nem lehet mindig tudni pontosan, miért is van éppen úgy, és nem másként. Amikor kijövök, azt érzem, hogy üres vagyok, és ez több, mint bármiféle jelentés, amit megfejtettem volna.

5. Teniszmeccs, élő közvetítés. Aki ott ülnek a nézőtéren, ők is nézhetnék televízióban. De jegyet vettek, hogy jelen lehessenek, és senki ne zavarja meg őket ebben. A jelenlét drága, nincs is ára.

■ JEGYZETEK

1. Lásd Justine Sacco 2013. december 20-i Twitter-bejegyzésének esetét, amelyet úgy posztolt, hogy az utána következő 11 órában ő maga nem volt elérhető. Mire visszakapcsolta telefonját, korábbi élete eltűnt, munkáját elvesztette. Vö. Vincent Miller: *The Crisis of Presence in Contemporary Culture. Ethics, Privacy and Speech in Mediated Social Life*. Sage Publications, Los Angeles – London, 2016. 84–85.

2. John Purkiss – David Royston-Lee: *Énmárka. Tedd magad eladhatóvá – az interneten is!* Ford. J. Füstös Erika – Kónya Rita. HVG Könyvek, Bp., 2015. 175–179.

3. Joshua Meyrowitz: *A globális hajnala: A hely és önazonosság új élménye a globális faluban*. Ford. Zamfirache Iris. Világosság 2005. 6. sz. 29–36., itt 29. <http://www.vilagosság.hu/pdf/20050902145557.pdf>

4. Uo. 32.

5. Uo.

6. Lee Reiner – Barry Wellman: *Networked: The New Social Operating System*. MIT Press, 2012. <http://hci.stanford.edu/courses/cs047n/readings/rainie-networked.pdf>

7. „effectively write oneself into existence” – Vincent Miller: *A Crisis of Presence: On-line Culture and Being in the World*. Space and Polity 2012. Vol. 16. No. 3. 265–285., itt 272.

8. Hans Ulrich Gumbrecht: *A jelenlét előállítás. Amit a jelentés közvetít*. Ford. Palkó Gábor. Ráció – Historia Litteraria Alapítvány, Bp., 2010.

9. Uo. 21.

10. Vö. uo. 49.

11. Ismerős a frusztráció, ezért meglehetősen pontosnak találom Jean-Luc Nancy *The Birth to Presence* c. könyvének ide vonatkozó passzusát: „Eljön a pillanat, amikor az ember dühös lesz, tényleg dühös, a számtalan diszkurzusra, számtalan szövegre, amelyek semmi mással nem törődnek, mint hogy valamit még egy kicsit pontosabban értelmezzenek, törekeny értelemkonstrukciókat javítgassanak vagy tökéletesítsenek.” Idézi Gumbrecht 2010. 51.

12. Uo. 11.

13. Uo. 7.

14. Uo. 85.

15. Amy Cuddy: *Presence. Bringing your Boldest Self to your Biggest Challenges*. Orion, London, 2016. 24. A fordítást a magyar kiadásból idéztem: Uő: *Jelenlét – Így beszél a tested*. Ford. Dövény Ibolya. Libri Kiadó, 2016. 33.

16. Amy Cuddy: *Presence*. 243.

17. Németh Gábor – Szilasi László: *Kész regény. Gabriely György és Poletti Lénárd levelezése*. Filum, Bp., 2000.

18. Selyem Zsuzsa könyvének macskanarrátora például minden bajok forrásaként nevezi meg a nyújtózás és meditáció hiányát a humánoknál. Vö. Uő: *Moszkvában esik. Egy kitelepítés története*. Jelenkor, Pécs, 2016. 82.

